

# 中国汽车市场销量动态趋势解析 (2023.05)

盖斯特管理咨询有限责任公司

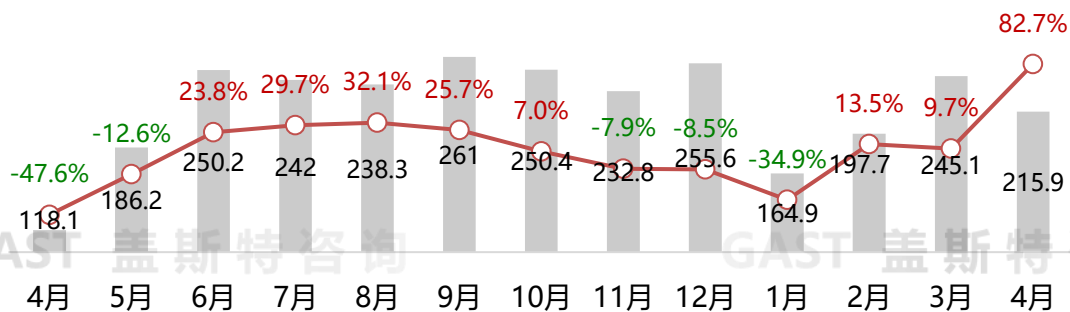
2023年5月18日

[gast@gast-group.com](mailto:gast@gast-group.com)

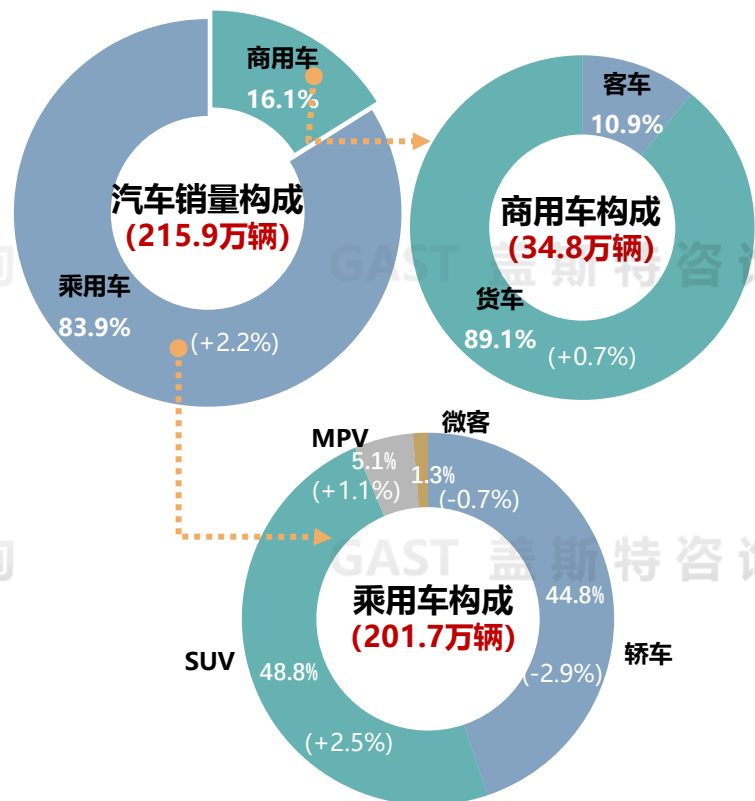
## 商乘维度：复苏不达预期

- 4月，乘商环比分别下降10.2%、19.9%（商用车环比大幅下降原因：整体经济和消费复苏仍较弱，货运需求不足，其中重卡环比降幅超30%）

2022年4月~2023年4月汽车市场总体销量走势(万辆)



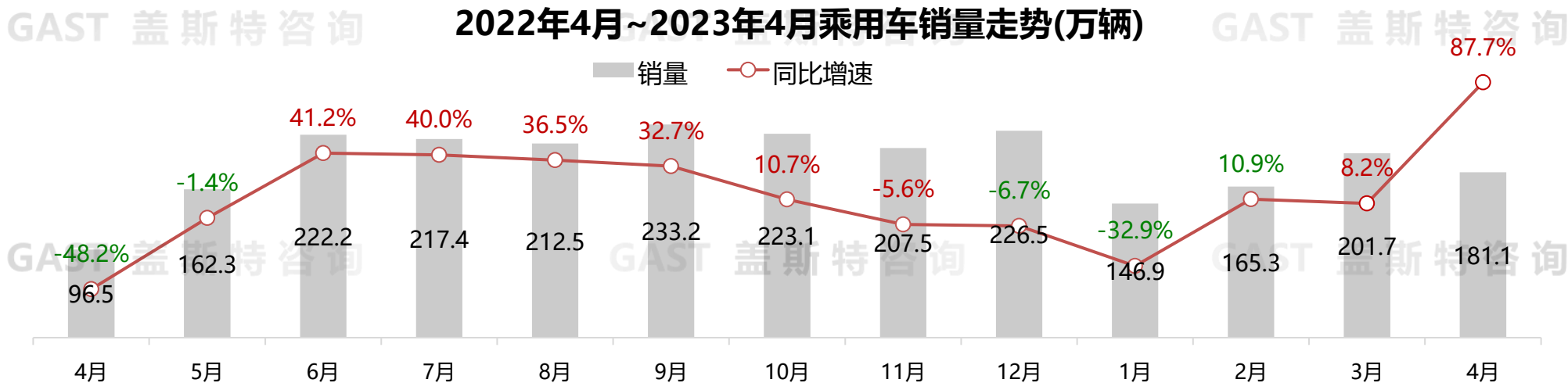
4月各细分市场占比及同比份额变化



万辆	4月销量	4月环比	4月同比	1-4月累计	累计同比
<b>汽车总体销量</b>	<b>215.9</b>	<b>-11.9%</b>	<b>82.7%</b>	<b>823.5</b>	<b>7.1%</b>
<b>乘用车</b>	<b>181.1</b>	<b>-10.2%</b>	<b>87.7%</b>	<b>694.9</b>	<b>6.8%</b>
轿车	81.2	-10.2%	75.1%	308.1	0.7%
SUV	88.4	-10.7%	96.6%	346.7	11.3%
MPV	9.3	-1.7%	129%	31.7	27%
交叉型乘用车	2.3	15.7%	31.7%	8.3	-23.2%
<b>商用车</b>	<b>34.8</b>	<b>-19.9%</b>	<b>60.5%</b>	<b>128.6</b>	<b>8.8%</b>
客车	3.8	-15.5%	51.9%	13.8	18.7%
货车	31	-20.4%	61.7%	114.8	7.7%

## 乘用车整体市场：价格战刺激效果不明显

- 4月，乘用车市场销售181.1万辆，同比增长87.7%；4月初的价格战升级未对市场带来增长预期，且加重了消费者观望情绪，环比下降10.2%



### 政策特征

#### 国家、地方陆续出台多项政策

- 国家政策：**商务部聚焦汽车等重点领域，出台促消费措施
- 地方政策：**深圳、成都等地发放购车补贴；深圳、杭州等地放宽购车要求

### 供给特征

#### 降价促销升温后逐步回落

- 4月初价格战升级，燃油车、新能源车促销力度均达高位水平
- 4月下旬价格战热度逐渐减退，市场恐慌心态逐步稳定

### 消费特征

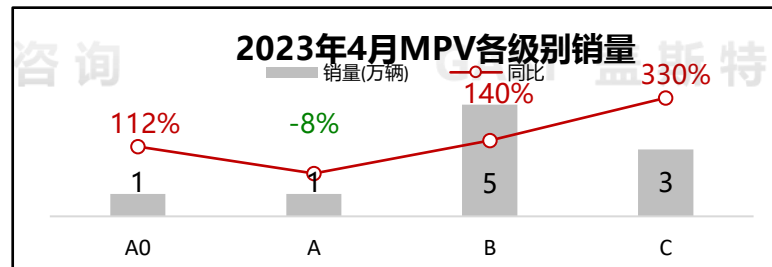
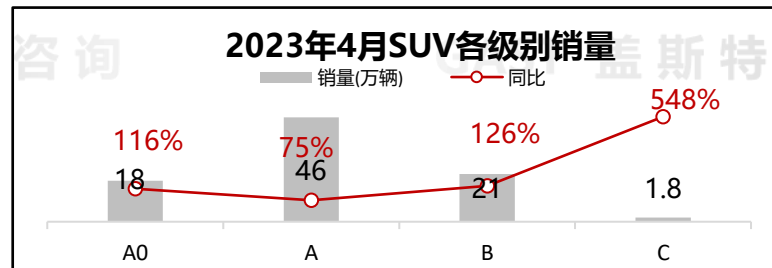
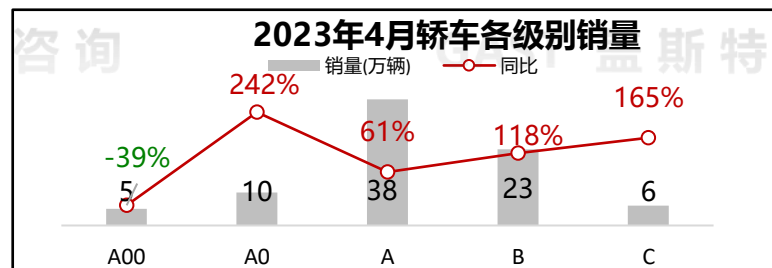
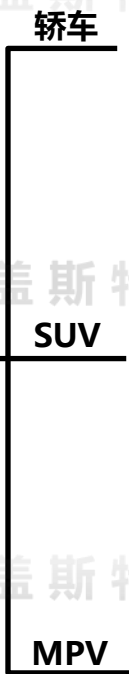
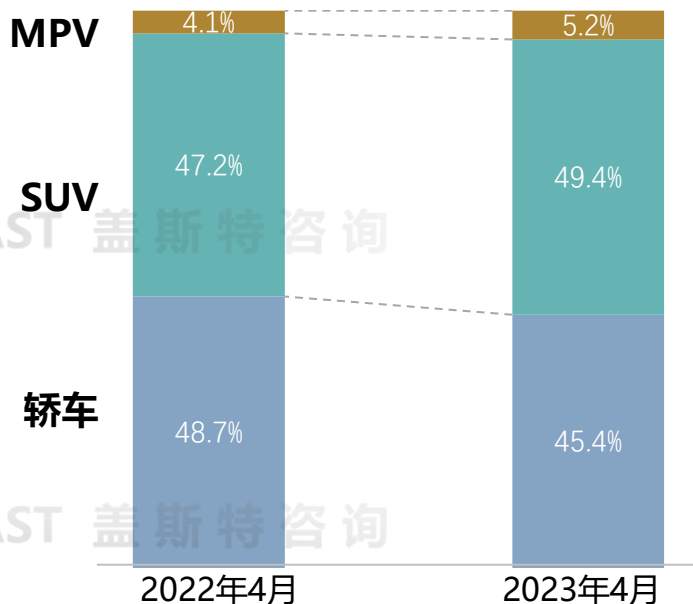
#### 内生需求动力依旧不足

- 预期刺激政策+国六老库存促销战进一步助长观望情绪
- 五一长假+上海车展带动部分消费需求前置，但带动效果有限

## 乘用车品类维度：MPV环比下滑最少

- 4月，三大品类同比均增长；从环比看，三大品类均有下滑，其中MPV环比降幅最小（高端新能源MPV热销对市场的支撑作用持续）

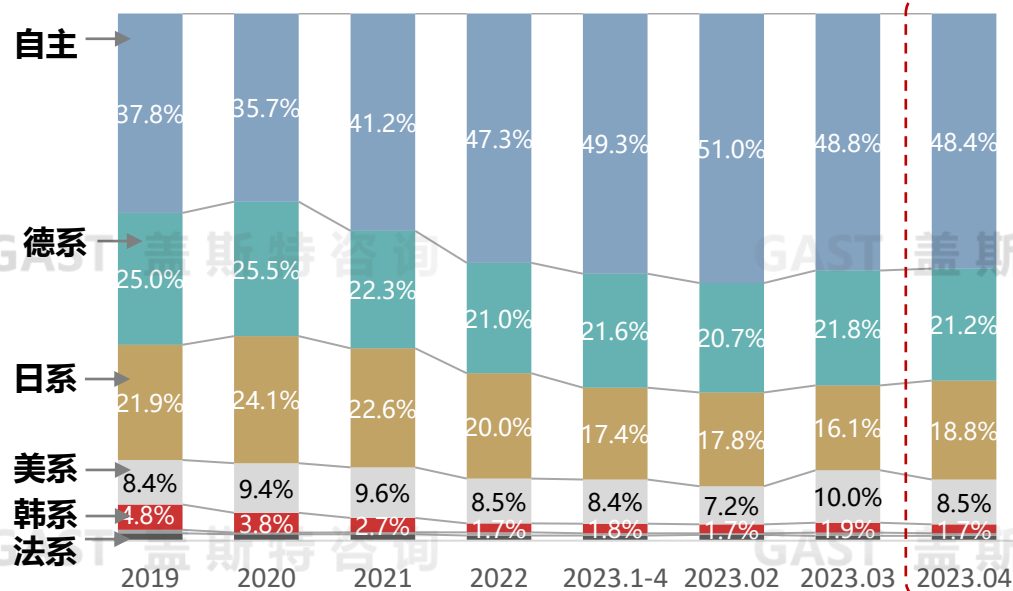
2023年4月狭义乘用车结构同比变化



## 乘用车国别维度

- 市场份额：4月自主份额环比下滑0.4%，合资中日系提升2.7%，德/美系略有下滑
- 环比销量：4月日系大幅增长19.6%，美系/法系降幅超过10%

各国别细分市场份额变化



车系	4月销量	环比	1-4月销量	累计同比
自主	786,303	1.33%	2,904,455	5.9%
德系	344,188	-1.0%	1,274,349	2.4%
日系	305,742	19.6%	1,023,444	-19.6%
美系	137,506	-13.2%	496,174	-1.8%
韩系	27,544	-7.1%	106,396	-3.3%
法系	7,323	-20.2%	25,693	-34.2%
其他	14,962	3.9%	58,186	4.7%

单位：辆

**日系品牌增长原因：各品牌燃油车主销车型终端优惠大，销量实现环比大涨**

# 乘用车厂商排名TOP10

■ 4月，TOP10中自主品牌占据6席，其中比亚迪销量领先优势进一步扩大，奇瑞、吉利、长安等继续保持在第二梯队

## 2023年4月乘用车企业广义批发销量TOP10

合资/外资品牌

自主品牌

- 比亚迪持续领跑市场
- 主力车型持续热销：秦、海豚、元、宋等销量均超过3万辆

- 一汽大众相比上月减少4.3万辆，与第一名销量差距大幅扩大
- 奇瑞新能源+多品牌战略效应持续
- 长安销量环比出现下滑（原因：油车主力产品下滑严重，电动车仍处于起步阶段）

- 特斯拉销售7.6万辆，其中国内销售4万辆（除部分产能外供，国内销售压力增大）
- 上汽大众与上汽通用均破8万辆，其中上汽通用相比上月销量大幅增长，排名上升6位（主要受燃油车促销+NEV新车拉动）

第一梯队

1.6%  
209,467

比亚迪汽车

第二梯队

-26.1%

122,255

一汽大众

2.5%

118,548

奇瑞汽车

3.0%

113,642

吉利汽车

-26.7%

111,796

长安汽车

第三梯队

9.0%

88,323

上汽大众

27.4%

80,000

上汽通用

-14.7%

75,842

特斯拉中国

6.0%

74,456

长城汽车

-11.4%

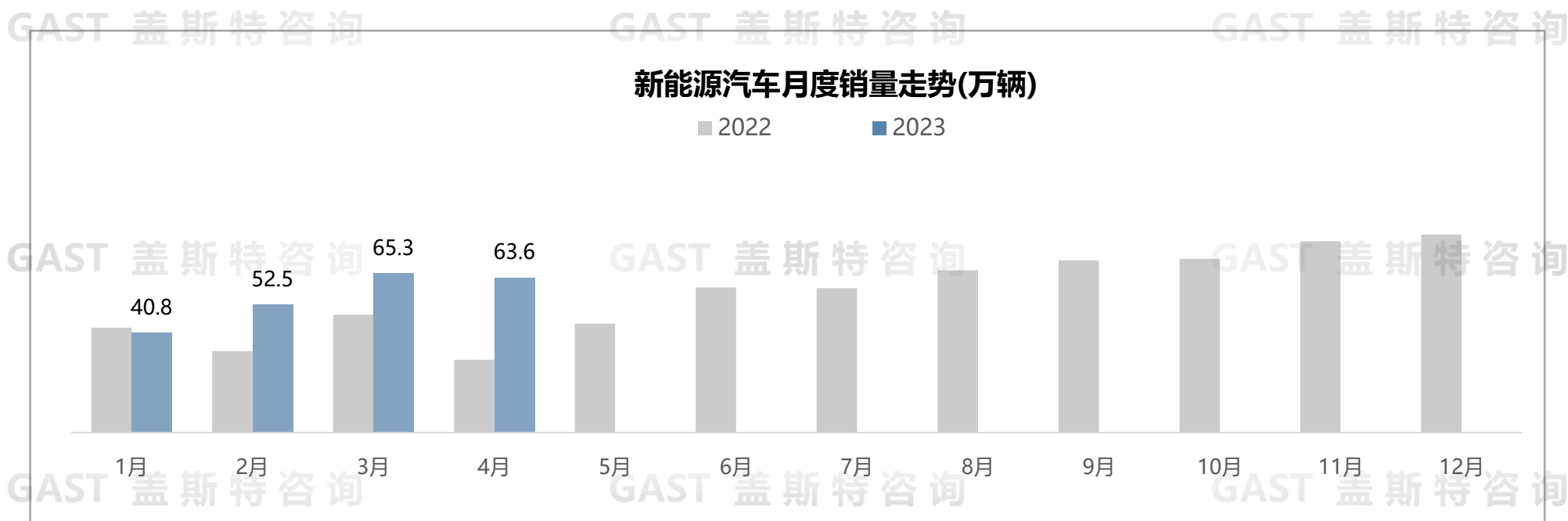
72,000

广汽丰田

单位：辆

## 新能源汽车总体概况

- 4月，新能源汽车销售63.6万辆，同比增长112.7%，环比下降2.6%
- 4月，新能源渗透率：全市场渗透率29.5%，乘用车市场渗透率33.9%



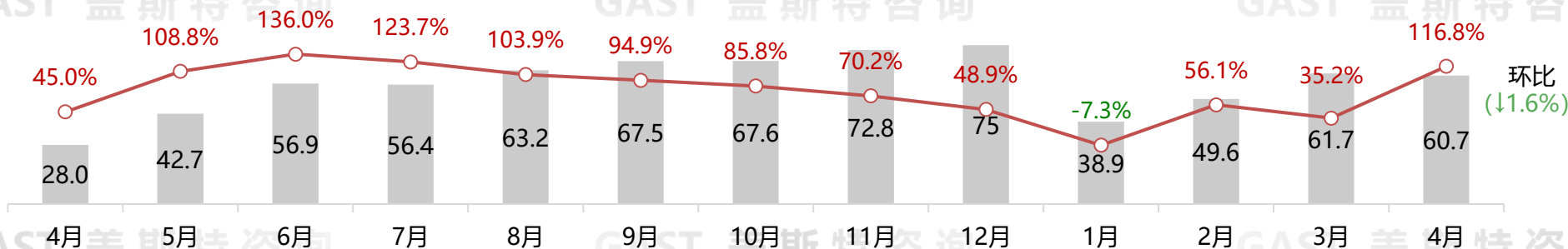
□ 1-3月全市场渗透率分别为24.7%，26.6%，26.6% → 渗透率环比持续增长，新能源汽车对燃油车替代效应持续加强

# 新能源乘用车市场概况

■ 4月，新能源乘用车销售60.7万，同比增长116.8%，环比下降1.6%

单位：万辆

2022年4月~2023年4月新能源乘用车销量走势



## 政策导向

- **发改委**：加快推进充电桩建设，大力推动新能源汽车下乡，鼓励汽车企业开发适宜乡村地区使用车型
- **地方政府**：常州市、广州市、深圳南山区等推出购车补贴政策

## 区域特征

- **特大城市**：限购+插混车型限制牌照 → 总体增速明显放缓，占比下降至20%
- **中大型城市**：人口基数+新能源替换趋势增强 → 市场需求旺盛，占比超50%
- **新能源下乡政策利好**，县乡新能源市场将逐步打开

## 车系特征

- 4月，新能源乘用车渗透率：
  - 自主品牌为49.5%
  - 主流合资品牌为4.1%
  - 豪华品牌为35.5%

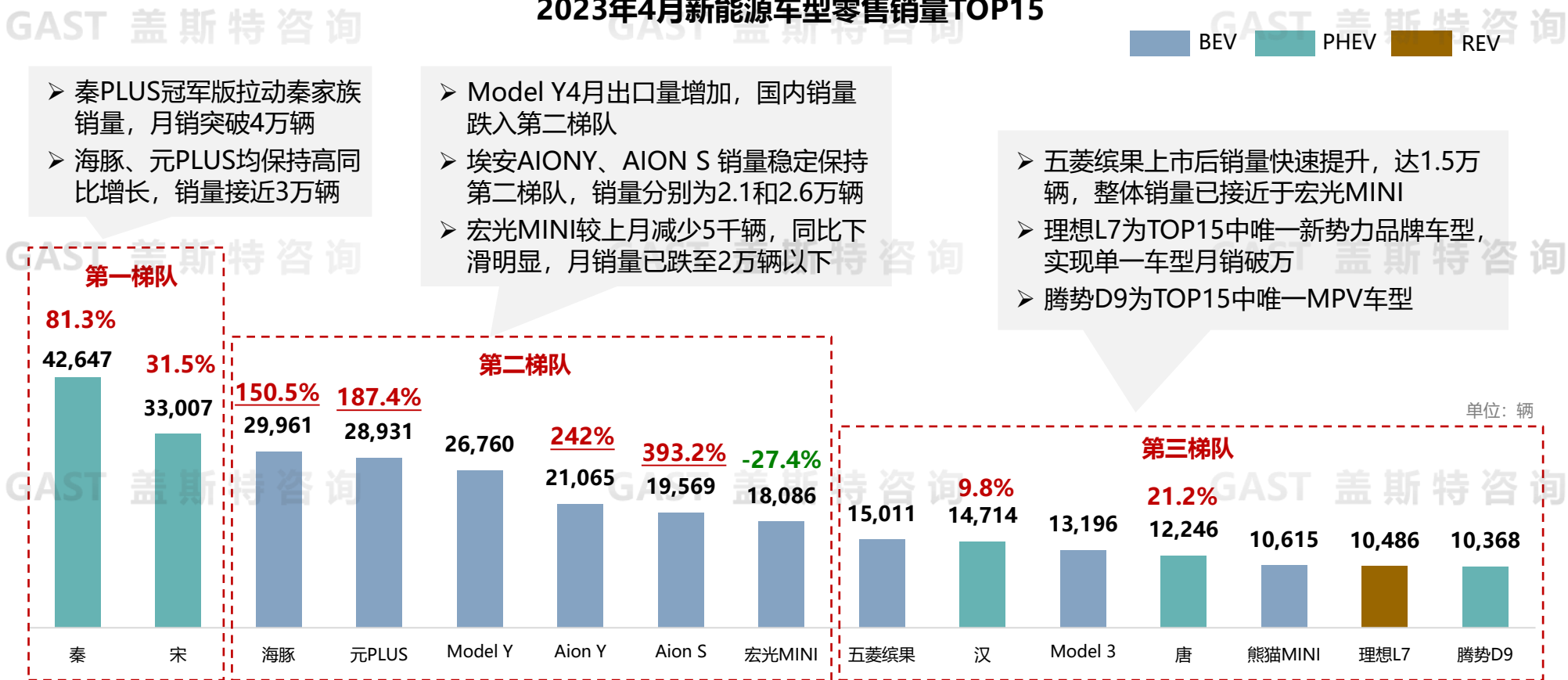
□ 从整体销量看，环比小幅下滑 → 受整体汽车消费动力不足影响大  
 □ 从区域市场看，新能源下乡利好政策持续推出，NEV下沉市场有望加速渗透



# 新能源乘用车TOP15车型

■ 4月新能源乘用车销量TOP15的车型中，比亚迪和腾势占据7个席位，其中销量前四名均出自比亚迪品牌，新势力仅理想L7上榜

2023年4月新能源车型零售销量TOP15



➢ 秦PLUS冠军版拉动秦家族销量，月销突破4万辆  
➢ 海豚、元PLUS均保持高同比增长，销量接近3万辆

➢ Model Y 4月出口量增加，国内销量跌入第二梯队  
➢ 埃安AION Y、AION S 销量稳定保持第二梯队，销量分别为2.1和2.6万辆  
➢ 宏光MINI较上月减少5千辆，同比下滑明显，月销量已跌至2万辆以下

➢ 五菱缤果上市后销量快速提升，达1.5万辆，整体销量已接近于宏光MINI  
➢ 理想L7为TOP15中唯一新势力品牌车型，实现单一车型月销破万  
➢ 腾势D9为TOP15中唯一MPV车型

注：比亚迪宋/秦/汉/唐动力类型通过主销车型判定



智慧的传播者

Sharing Wisdom with You

## 公司简介

盖斯特管理咨询公司立足中国、面向世界，专注汽车全产业链生态，聚焦于产业、企业、技术三大维度进行战略设计、业务定位、管理提升、体系建设、流程再造、产品规划、技术选择及商业模式等深度研究。为汽车产业链及相关行业的各类企业提供战略、管理、技术等全方位的高端专业咨询服务，为各级政府提供决策支持和实施方案。自创立以来，盖斯特以成为世界顶级汽车智库为愿景，以智慧的传播者为使命，以帮助客户创造真正价值为指引，关注实效、致力于长期合作与指导，凭借全面、系统、先进、务实的咨询方法，已经与近百家国内外企业、行业机构及各级政府建立起了战略合作伙伴与咨询服务关系。

## 服务领域

为客户提供多样化、开放式的服务，供客户灵活选择合作模式，包括但不限于：

- 面向高层的战略、管理、技术咨询服务
- 全方位定制式专题研究：涵盖宏观战略、产业发展、政策法规解读、互联网、商业模式、企业战略与管理、汽车市场、产品研究、产品设计方法、车展研究、论坛解读、节能减排、新能源汽车、智能汽车、汽车综合技术等领域
- 作为客户长期可依赖的智库资源，提供随时可满足客户特殊需求的开放式合作
- 提供行业沟通交流及深度研究的高端共享平台（CAIT）
- 公司拥有中、英、日三种语言的近千份专题研究报告供选购

联系方式

邮箱：[GAST@gast-group.com](mailto:GAST@gast-group.com)

网址：[www.gast-auto.com](http://www.gast-auto.com)